

УДК 159.9

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ

САЗОНОВА Валерия Николаевна,

старший преподаватель кафедры психолого-педагогических основ управления;

СНЕГИРЕВА Елена Сергеевна,

старший преподаватель кафедры психолого-педагогических основ управления,

Воронежский институт экономики и социального управления

АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена изучению психологических особенностей экономической социализации современных подростков. В статье дается анализ изучения у подростков выраженности ориентации на деньги, значимости денег в их системе ценностных ориентаций, а также приводятся результаты анкетирования, направленного на выявление социально-психологических установок личности в сфере денежно-материальных отношений.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экономическая социализация, подростковый возраст, материальное благополучие, бедность.

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF ECONOMIC SOCIALIZATION OF MODERN TEENAGERS

SAZONOVA V. N.,

Senior Teacher of the Department of Psychological and Pedagogical Management;

SNEGIREVA E. S.,

Senior Teacher of the Department of Psychological and Pedagogical Management,

Voronezh Institute of Economics and Social Management

ABSTRACT. The article is devoted to the investigation of psychological features of economic socialization of modern teenagers. The authors investigate the severity of money orientation within the teenage group and the importance of money in their system of value orientations. The results of a survey revealing the socio-psychological attitudes of the person in the sphere of monetary relations are presented.

KEY WORDS: economic socialization, teenage age, material welfare, poverty.

Проблема экономической социализации носит далеко не академический характер. На сегодняшний день она является наиболее актуальной, особенно в несколько затянувшийся переходный период, который переживает современное общество. С ней сталкиваются не только дети, но и многие взрослые.

Экономическая социализация предполагает усвоение и активное воспроизведение индивидом социального опыта в экономической сфере жизни. Этот процесс связан с мотивацией, формированием специфических умений, навыков экономической деятельности, самооценкой личности.

До 90-х годов в отечественной психологии вопросы экономической социализации не затрагивали проблем включенности детей в данный процесс ни в теоретическом, ни в эмпирическом плане. В зарубежной психологии вопросу экономической социализации детей уделяли внимание в основном когнитивные психологи, в связи с чем приоритетным направлением в данном русле исследований выступал процесс введения ребенка в экономическую жизнь социума. И именно эти исследования положили начало самостоятельному направлению, возникшему на стыке экономической и когнитивной психологии, – экономической социализации.

Для выявления психологических особенностей экономической социализации современных подро-

стков было организовано и проведено эмпирическое исследование на базе МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления». В исследовании принимали участие обучающиеся 1-3 курсов факультета среднего профессионального обучения, в количестве 89 человек (37 мальчиков и 52 девочки), в возрасте 16-17 лет.

Применялись следующие методики:

- методика «Ценностные ориентации» М. Рокича;
- методика «Диагностика социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере» О.Ф. Потёмкиной;
- методика «Диагностика социально-психологических установок личности в сфере денежно-материальных отношений» М.Н. Прохоровой;
- проективная методика «Сочинение на заданную тему»;
- проективная методика «Рисунок на заданную тему»;
- проективная методика «Свободные ассоциации» З. Фрейда и К.Г. Юнга;
- опросник социально-психологических установок личности в сфере денежно-материальных отношений;
- анкета, направленная на выявление семейной политики в отношении карманных расходов.

Анализ полученных результатов позволил сделать следующие выводы.

В результате диагностики социально-психологических установок в мотивационно-потребностной

сфере высокие показатели были выявлены: у 58% по шкале «ориентация на процесс», у 61% – «ориентация на результат»; у 42% – «ориентация на альтруизм»; у 25% – «ориентация на эгоизм»; у 34% – «ориентация на труд»; у 79% – «ориентация на свободу»; у 23% – «ориентация на власть»; у 14% – «ориентация на деньги».

Выявлено, что 20% относятся к категории высокомотивированных респондентов (все ориентации выражены сильно и в равной степени); 6% – к категории низкомотивированных респондентов (все ориентации выражены слабо).

Остальные 73% респондентов имеют дисгармоничную выраженность ориентаций, то есть одни ориентации выражены сильно, а другие – слабо или могут даже отсутствовать.

Учитывая направленность исследования, в данной методике наибольший интерес представляют результаты, полученные по шкале «Ориентация на деньги». Поэтому в отличие от исходной методики О.Ф. Потемкиной, где используется распределение результатов (низкие – высокие), была применена трехпозиционная градация (низкие – средние – высокие). По шкале «Ориентация на деньги» результаты распределились следующим образом:

- а) низкая ориентация – 57%;
- б) средняя ориентация – 33%;
- в) высокая ориентация – 9%.

Сравнительный анализ ценностных установок в методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере проводился с применением метода линейной корреляции К. Пирсона. Для выявления взаимосвязей между исследуемыми понятиями по каждой из выделенных в соответствии со шкалой «Ориентация на деньги» групп устанавливались значимые корреляционные связи между шкалами.

В результате корреляционного анализа в группе респондентов с низкой ориентацией на деньги были обнаружены положительные связи между шкалами: «Ориентация на процесс» и «Ориентация на альтруизм», «Ориентация на труд», «Ориентация на деньги»; «Ориентация на свободу» и «Ориентация на власть». Отрицательная связь была выявлена между шкалами «ориентация на альтруизм» и «ориентация на эгоизм».

В группе со средней выраженностью ориентации на деньги выявлены положительные связи между шкалами: «Ориентация на труд» и «Ориентация на альтруизм»; «Ориентация на свободу» и «Ориентация на деньги». Отрицательная связь между шкалами «Ориентация на альтруизм» и «Ориентация на эгоизм»; «Ориентация на эгоизм» и «Ориентация на труд».

В группе с высокой выраженностью ориентации на деньги выявлена положительная связь между шкалами: «Ориентация на труд» и «Ориентация на альтруизм», а также отрицательная связь между шкалами «Ориентация на альтруизм» и «Ориентация на эгоизм».

Таким образом, выявлено, что в представлении высоко ориентированных на деньги респондентов ориентация на труд и ориентация на альтруизм взаимосвязаны. В результате беседы выяснилось, что они считают работу «на чужого дядю» альтруизмом, а чтобы заработать много денег, по их мнению, надо иметь свой бизнес.

В сознании респондентов со средней ориентацией на деньги ориентация на труд также связана с ориентацией на альтруизм, как и у высоко ориен-

тированных на деньги респондентов. Однако у них выявлена и связь ориентации на свободу с ориентацией на деньги. То есть данная группа респондентов считает, что если у человека есть достаточное для него количество денег (или стабильный доход), то такой человек свободен. Также респонденты данной группы считают, что эгоизм не может быть связан с трудом. Эгоисты, по их мнению, стремятся жить и обогащаться за счет других людей.

Респонденты с низкой ориентацией на деньги считают, что ориентация на процесс однозначно связана с ориентацией на альтруизм, на труд и на деньги. Из беседы выяснилось, что в их сознании лежит представление о том, что если человек ориентирован на процесс, то, естественно, он ориентирован на труд, а труд чаще всего вознаграждается не в полной мере, поэтому это можно считать альтруизмом. Однако изначально каждый человек, по их мнению, хочет получить за свой труд деньги, поэтому и ориентирован на них в процессе работы.

В результате диагностики ценностных ориентаций было выявлено, что в системе значимых ценностей, определяющих наиболее общие ориентиры жизнедеятельности, наибольшую значимость для респондентов имеют (в порядке убывания):

- ценности-цели – здоровье, любовь, наличие хороших и верных друзей, свобода, счастливая семейная жизнь, жизненная мудрость, уверенность в себе, счастье других, интересная работа и материально обеспеченная жизнь, из которых пять – здоровье, любовь, счастье других, наличие хороших и верных друзей, счастливая семейная жизнь – относятся к общечеловеческим ценностям личного счастья;

- ценности-средства – эффективность в делах, честность, смелость в отстаивании своего мнения, взглядов, независимость, жизнерадостность, воспитанность, образованность, твердая воля, ответственность и чуткость.

Наименьшую значимость имеют ценности-цели «творчество» и «красота природы и искусства» и ценности-средства «высокие запросы» и «непримиримость к недостаткам в себе и других».

Итак, у респондентов преобладают общечеловеческие ценности личного счастья.

К изучаемой в данной работе теме непосредственное отношение имеют ценности «высокооплачиваемая работа» и «материально обеспеченная жизнь».

Относительная частота выбора данных ценностей в числе первых пяти ранговых мест равна в группе:

- с высокой «ориентацией на деньги»: «материально обеспеченная жизнь» – 50%, «высокооплачиваемая работа» – 75%;
- со средней «ориентацией на деньги»: «материально обеспеченная жизнь» – 30%, «высокооплачиваемая работа» – 26%;
- с низкой «ориентацией на деньги»: «материально обеспеченная жизнь» – 7%, «высокооплачиваемая работа» – 19%.

Относительная частота выбора ценности «материально обеспеченная жизнь» в числе последних пяти ранговых мест равна в группе:

- с высокой «ориентацией на деньги»: «материально обеспеченная жизнь» 0%, «высокооплачиваемая работа» – 0%;
- со средней «ориентацией на деньги»: «материально обеспеченная жизнь» 23%, «высокооплачиваемая работа» – 16%;

- с низкой «ориентацией на деньги»: «материально обеспеченная жизнь» 21%, «высокооплачиваемая работа» – 21%.

Сравнительный анализ рассматриваемых групп (с высокой, средней и низкой ориентацией на деньги) с результатами диагностики социально-психологических установок личности в сфере денежно-материальных отношений показал, что 37% респондентов в группе с высокими показателями и 70% из группы со средними показателями по шкале «Ориентация на деньги» считают, что «деньги портят людей».

12% респондентов в группе с высокими показателями и 26,7% из группы со средними показателями по шкале «Ориентация на деньги» считают, что «стыдно быть богатым».

12% респондентов в группе с высокими показателями 3% из группы со средними показателями по шкале «Ориентация на деньги» считают, что деньги есть только у воров и преступников. Следовательно, у данных респондентов преобладают негативные установки по отношению к деньгам как социальному явлению.

Как видно, респонденты, в той или иной степени ориентированные на деньги, отдают себе отчет в том, что если у них будет много денег, то они «испортятся», что, когда они будут богатыми, им «должно быть стыдно», а также чтобы стать по-настоящему богатым, возможно, придется где-то преступить закон. Из беседы выяснилось, «деньги портят людей» в их понимании означает, что люди с большими деньгами становятся избирательными в общении (у них только подобные им друзья, с «большими деньгами»), они становятся более жадными, что в восприятии тех людей, у которых денег намного меньше, выглядит как «порча деньгами».

В результате анкетирования, направленного на выявление социально-психологических установок личности в сфере денежно-материальных отношений, было выявлено, что только 2% респондентов не имеют цели жизни, а 6% – не задумывались над этим. 91% респондентов имеют цель в жизни.

У большинства респондентов (70%) основная цель, мечта жизни – это обеспеченность (куда была включена и высокооплачиваемая работа). У 34% респондентов цель – получение высшего образования; у 26% – работа (интересная работа, работа по специальности); у 17,9% респондентов основная цель (мечта) – это семья (дети, семейное счастье); у 11,2% – карьера.

76% респондентов считают, что обучение в среднем профессиональном учебном учреждении позволяет стать образованным, что обучение поможет приобрести профессию считают 67%, а 60% респондентов думают, что обучение может помочь подготовиться к самостоятельной жизни.

Выявлено, что 62% респондентов предпочитают получать заработную плату (в будущем) в виде наличных денег; 50% – чтобы им перечисляли деньги на личный счет, и 4% – в виде ценных бумаг (видимо, из-за красивого слова «ценные»).

3% респондентов уже сами стараются заработать на свои личные нужды, а 65% еще находятся в материальной зависимости от родителей.

32% респондентов ничего не боятся в своем будущем.

12% боятся бедности.

10% – неосуществления своей.

8% – одиночества и отсутствия счастья.

7% респондентов боятся социально-экономической нестабильности.

6% боятся, что не поступят в вуз и безработицы.

4% респондентов боятся смерти (своей, близких), катастрофы, войны.

2% респондентов боятся развала России.

По результатам проективной методики «Свободные ассоциации» (задание написать не менее 10 слов-ассоциаций, возникающих у респондентов при слове «деньги») выявлено, что негативные ассоциации на слово «деньги» преобладают над позитивными ассоциациями.

Так, 69% респондентов слово «деньги» ассоциируют с властью, силой, уважением, авторитетом.

У 64% – со свободой, независимостью, самостоятельностью.

У 60,6% – с богатством, капиталом, обеспеченностью, а также с покупками (вещами), платежеспособностью.

У 53% – с ценностью, ценными бумагами, банком, металлом (видимо, золотом).

У 42,6% – со счастьем, успехом, благополучием, радостью, улыбкой.

40,4% респондентов ассоциируют слово «деньги» с работой, трудом, заработной платой, средствами).

35,95% – с выживанием, жизнью, здоровьем, едой, необходимостью.

29,2% – со злом, грязью, жадностью.

26,9% – с уверенностью в себе, в завтрашнем дне, с надежностью.

16,8% – с отдыхом, развлечениями, а также с бизнесом.

14,6% – с образованием.

В большинстве случаев родители советуются с детьми (респондентами), когда идет обсуждение по вопросу расходования семейного бюджета и приобретения каких либо значимых вещей. Хотя более 65% респондентов не имеют собственных заработков, то есть не вносят в семейный бюджет никакого вклада. Но то, что родители вовлекают своих детей в планирование семейных расходов, является хорошим способом оптимизации экономической социализации подростков.

Необходимо отметить, что 87% респондентов в группе с высокими показателями и 63,3% из группы со средними показателями по шкале «Ориентация на деньги» на предъявленное понятие «деньги» воспроизводят негативно характеризующие слова-ассоциации (зло, преступление, взятка и т.д.). Следовательно, у данных респондентов понятие «деньги» вызывает негативную эмоциональную реакцию. Однако можно предположить, что это такой некий психологический ход: выглядеть в глазах других людей человеком, не желающим разбогатеть, не стремящимся к деньгам, и тогда произносится «деньги – это плохо, деньги портят людей, это зло и т.д.» – как отвлекающий маневр для других от истинного желания иметь много денег.

В большинстве семей нет четкой политики выдачи карманных денег, то есть отсутствует постоянная заранее оговоренная сумма и дети получают деньги на свои личные нужды хаотично и в зависимости от настроения родителей или за свои заслуги, что не оптимизирует процесс экономической социализации (подростки должны понимать сколько они получают от родителей денег, за что, должны планировать «финансовые вливания» в свой бюджет и уметь распределять денежные средства, чтобы им

их хватало до следующего «поступления» денег от родителей).

Наиболее надежной и вызывающей доверие валютой респонденты считают доллар – 47% и рубль – 41%. 11% отметили «Евро» как наиболее надежную валюту. Понимание того, какая валюта позволит не потерять свои деньги, «разборчивость» в валюте являются показателями экономической социализации подростков.

Респондентам было дано задание написать сочинение на тему «Роль денег в нашей жизни». Все сочинения были рассмотрены с позиции отношения к заданию. В результате 19 сочинений (21%) по объему и технике изложения были отнесены к типу формальных (напишу, чтобы «отстали»).

Остальные 70 сочинений (78%) посредством контент-анализа были сгруппированы в четыре категории по лексической направленности.

К 1-й категории были отнесены сочинения, которые можно охарактеризовать утверждением: «Деньги – зло» – 20,22% респондентов. В этой категории сочинений наиболее употребляемыми являются структурно-семиотические единицы: обман, болезнь, грязь; эмоционально окрашенные оценки: плохо, вред; понятийно-тематические единицы: смертельная зараза, портят людей и др.; однозначные обозначения: взятка, преступление, убийство, предательство.

Ко 2-й категории были отнесены сочинения, которые можно охарактеризовать утверждением: «Не в деньгах счастье» – 24,7% респондентов. В этой категории сочинений наиболее употребляемыми являются структурно-семиотические единицы: честный, несправедливость, достойно, мама, родные; ценностные категории: друзья, духовность, здоровье, мир, добро, любовь, дружба; эмоционально окрашенные оценки: жадный; понятийно-тематические единицы: человеческое счастье, моральные ценности, не в деньгах счастье, деньги – не главное; однозначные обозначения: мораль, культура.

К 3-й категории были отнесены сочинения, которые можно охарактеризовать утверждением: «Деньги – это все» – 20,22% респондентов. В этой категории сочинений наиболее употребляемыми являются структурно-семиотические единицы: сила, роль, важная, огромная, институт, образование, медицина, услуги, платить, платное; понятийно-тематические единицы: важнее всего, правят миром, за всё приходится платить; однозначные обозначения: взятка, преступление, убийство, предательство.

К 4-й категории были отнесены сочинения, которые можно охарактеризовать утверждением: «Деньги – только средство» – 13,4% респондентов. В этой категории сочинений наиболее употребляемыми являются структурно-семиотические единицы: прогресс, энергия, жизнедеятельность, жизнь, форма, усилия, хранение; понятийно-тематические единицы: средства существования, движущая сила, неотъемлемая составляющая; однозначные обозначения: история.

Таким образом, выявлено, что у респондентов преобладает сильно выраженная эмоциональная направленность по отношению к такому понятию, как «деньги». Учитывая, что 21% респондентов отнесли к данному заданию формально, из 78% принятых к дальнейшему анализу и обработке сочинений только 10% респондентов присуще адек-

ватное и психологически нейтральное отношение к данному понятию.

У 13% респондентов понятие «деньги» ассоциируется с понятиями «энергия» и «средство обращения». Следовательно, эти респонденты воспринимают и относятся к понятию «деньги» как к средству жизнеобеспечения, позволяющему поддерживать ресурсы организма и достигать определённых результатов в процессе жизнедеятельности. Так, один из респондентов указывает, что «...деньги сами по себе нейтральны. И только от человека зависит, как они используются». Такое отношение к деньгам является психологически более оптимальным.

Самую большую группу образовали сочинения, в которых выражается мысль о том, что деньги не являются достаточно значимой ценностью. Респонденты, чьи сочинения вошли в данную группу, на первое место выдвигают такие общечеловеческие ценности, как духовность, моральные нормы, богатство внутреннего мира, взаимоотношения с родными и близкими, здоровье. Следовательно, согласно написанным сочинениям, в их восприятии деньги не являются значимой ценностью.

Мнения остальных респондентов разделились поровну. 20% респондентов в своих сочинениях выразили резко негативное отношение к экономическому понятию «деньги», считая, что деньги – это «зло и они портят людей». В данных сочинениях просматривается и общий агрессивный эмоциональный настрой.

Другая часть – 20% респондентов – считает, что деньги – это самая большая ценность, ради достижения которой стоит многое сделать. Следовательно, в данных сочинениях выражается мысль, что деньги правят миром и являются самой насущной потребностью человека.

Сравнительный анализ показал, что у респондентов из группы с высокими показателями по шкале «Ориентация на деньги» преобладают сочинения, отнесенные к категории «Деньги – зло» и «Деньги – это все».

У респондентов из группы со средними показателями по шкале «Ориентация на деньги» преобладают сочинения из категории «Деньги – только средство».

В группе с низкими показателями по шкале «Ориентация на деньги» преобладают сочинения, отнесенные к категории «Не в деньгах счастье». При этом необходимо отметить, что при низких показателях по шкале «Ориентация на деньги» 19% респондентов из данной группы выразили мнение, что «деньги правят миром».

По методике «Рисунок на заданную тему» было получено 89 рисунков, из которых 3 рисунка следует назвать формально-условными, так как представляют собой чистый лист формата А 4. Одним из респондентов, отсутствие изображения было объяснено тем, что в его понимании «образ денег» – это образ энергии, а он не знает, как ее нарисовать. Такой «рисунок» соответствует и содержанию сочинений, написанных данным респондентом.

Так как в данном исследовании не ставилась задача выявления личностных особенностей респондентов, то анализ рисунков проводился с позиции содержательной наполненности (что именно изображено), а не детальным раскодированием изображенного (выбор цвета, толщина линий, наличие-отсутствие деталей и т.д.). Исходя из этих позиций, все рисунки были распределены по категориям.

Анализ полученных данных показал, что больше всего образ денег у 22% респондентов ассоциируется с домами и машинами, у 15% – с продуктами питания, у 11% – с сейфами и прочими местами хранения денег, у 11% – непосредственно с самими деньгами. 10% респондентов связывают образ денег с сердцем, солнцем, огнем, то есть с чем-то горячим, а также с цветами, то есть с чем-то красивым. 8% респондентов увязывают образ денег именно с банком, где хранится наибольшее количество денег, 7% респондентов деньги изображают именно в иностранной валюте (видимо, подсознательно хотят зарабатывать деньги именно в валюте, либо считают ее более устойчивой по сравнению с рублем), 6% респондентов изображают деньги в виде богатых людей, 4% респондентов изобразили преклонение перед деньгами, 1% респондентов изобразил деньги в виде атома, то есть энергии.

Сравнительный анализ групп респондентов, выделенных по результатам методики диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере, в зависимости от выраженности их показателей по шкале «Ориентация на деньги» показал следующее.

В группе с высокими показателями по шкале «Ориентация на деньги» (8 человек) преобладают рисунки с изображением людей (предположительно «новых» русских, но с явно криминальными наклонностями), домов (как правило двухэтажных) и объектов, не связанных напрямую с понятием «деньги»: земной шар, сердце, солнце.

В группе со средними показателями по шкале «Ориентация на деньги» (30 человек) преобладают рисунки с изображением домов и машин, связанных с деньгами учреждений (банков), актов поклонения, изображением людей (предположительно «новых» русских, но с явно криминальными наклонностями), и объектов, не связанных напрямую с понятием «деньги»: огонь (пламя), солнце, цветы.

В группе с низкими показателями по шкале «Ориентация на деньги» преобладают рисунки с изображением продуктов питания, домов (как правило, одноэтажных) и машин, мест хранения денег (сейфов и пр.), непосредственно монет и купюр, символизированных изображений иностранной валюты.

Кроме того, анализ рисунков по площади занимаемой поверхности листа показал, что данный показатель имеет прямо пропорциональную зависи-

мость с результатами по шкале «Ориентация на деньги». Иначе говоря, чем выше балльные оценки по данной шкале, тем больше площади занимает рисунок. Рисунки респондентов с низкими показателями по шкале «Ориентация на деньги» не превышают по площади 1/3 листа.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать заключение, что образ понятия «деньги» представлен в сознании современных подростков четырьмя основными категориями: «Деньги – зло», «Деньги – только средство», «Деньги – это всё (наивысшая ценность)» и «Не в деньгах счастье». Данные категории в структуре сознания респондентов имеют самостоятельную обособленную представленность, которая напрямую не соотносима с их системой ценностных ориентаций.

У большинства респондентов материально обеспеченная жизнь (богатство) выступает в качестве ведущей жизненной цели (мечты). Эта тенденция свойственна респондентам – и с низкой, и со средней, и с высокой значимостью денег в системе ценностных ориентаций.

У респондентов, имеющих сильно выраженную и средне выраженную ориентацию на деньги и предвещающих материально обеспеченную жизнь и высокооплачиваемую работу в качестве основных жизненных ценностей, имеет место наличие когнитивного диссонанса между системой их ценностей и тем образом понятия «деньги», который сформировался в их сознании. То есть, с одной стороны, они хотят иметь деньги, это их цель и мечта, с другой – деньги представлены в сознании как зло, как большие хлопоты.

Понятие «деньги» вообще у большинства респондентов вызывает негативные ассоциации независимо от их ценностных предпочтений. При этом наибольшую тревогу и наибольшее опасение среди респондентов вызывает именно вероятностная возможность отсутствия в будущем материального благополучия (бедность), то есть опять же выявляется когнитивный диссонанс. Вероятно, это связано с возрастными особенностями респондентов, с тем, что экономическая социализация, рассматриваемая как процесс становления экономического мышления, не завершена, а находится в процессе.

На основании полученных данных могут быть даны рекомендации по оптимизации процесса экономической социализации современных подростков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Андреева, И.В. Экономическая психология [Текст] / И.В. Андреева. – СПб. : Питер, 2001. – 512 с.
2. Дробышева, Т.В. Экономическая социализация личности [Текст] / Т.В. Дробышева. – М. : ИП РАН, 2013. – 320 с.
3. Лисовский, В.Т. Социализация молодежи [Текст] / В.Т. Лисовский, А.В. Лисовский // Социология молодежи / под ред. В.Т. Лисовского. – СПб. : Питер, 1996. – С. 66–72.
4. Стельмашук, М.Н. Экономическая социализация : монография [Текст] / М.Н. Стельмашук. – Тюмень : ТюмГНГУ, 2015. – 132 с.
5. Щедрина, Е.В. Исследования экономических представлений у детей [Текст] / Е.В. Щедрина // Вопросы психологии. – 1991. – №2. – С. 157–164.
6. Экономическая психология в структуре жизненных реалий [Текст] / под ред. М.А. Винокурова, А.Д. Карнышева. – Иркутск : Изд-во ИГЭА, 2001. – 252 с.
7. Ярцев, Д.В. Особенности социализации современного подростка [Текст] / Д.В. Ярцев // Вопросы психологии. – 1999. – № 6. – С. 54–58.